

## 想要做好搜索流量渠道，先了解“词”！--拼多多店铺代运营全托管

产品名称	想要做好搜索流量渠道，先了解“词”！--拼多多店铺代运营全托管
公司名称	杭州邦辰网络科技有限公司
价格	3999.00/个
规格参数	
公司地址	钱塘新区2号大街511号东投新悦广场
联系电话	18969135066

### 产品详情

大家好，

这篇文章给大家整理了关键词分类和具体使用注意事项，方便大家更好地布局搜索流量渠道。

因为我们知道搜索渠道想要布局好，词是重中之重。

既然说到词，那首先大家要知道词的分类。

接下来我们就一个一个词的分类来细说。

流量词：也就是我们常看关键词的搜索热度，每个关键词我们产品能拿到8%的流量就应该很不错了。有些类目的流量词会集中某些词上，但是像一些大类目非标品，流量词会比较分散，甚至在某些时间段某一个平平淡淡的词会成为热度很高的流量词。

比如说猫粮狗粮这类标品，有流量的词就那几个，但是像女装这种大类目非标，款式、属性等非常多，

那爆的方向也会比较多。

之前“新疆棉”，还有去年的“小雏菊”等等，如果想拿到这部分词，我们就要紧跟市场，快速反应。

流量词在具体使用过程，就需要我们根据链接数据反馈来调整，比如前期可能以匹配长尾词入手，来做好基础的人群标签，但是匹配长尾词有些热度有限，等链接能承受更多流量的时候，就能增加热度更高的流量词，来提高链接流量天花板。

成交词：成交词会有很多和流量词重叠的部分，毕竟有了流量，才有可能成交。

这里想说的是，成交词的属性实际上，就可以理解成我们所说的标签，比如我们的成交词是蕾丝连衣裙。

那我们进店的人群标签，是不是可以理解为喜欢蕾丝属性的一群人。

当然这个蕾丝也可以理解为我们产品标签，方便后期系统匹配有蕾丝需求的人群。

人群词：虽然都说词背后代表着人群，但是这个人群也分匹配和不匹配。

给大家举个例子吧。比如男生想去买一件短袖，他会搜什么词？

T恤？短袖？

当然不排除有其他搜索喜好的人群，但是大多数男生在购物的时候，词汇还是比较匮乏的，反馈出来的结果就是男装的流量词都集中在大词上。

但是这类词人群就会比较杂，比如20岁会去搜T恤，30岁也会去搜T恤，但是你的产品并不会满足所有年龄段人群，可能有个好卖的年龄区间。

所以在标题、产品属性描述和视觉方面我们就要做好区分。

属性词：可以简单理解为属性词根+核心产品关键词，也就是我们常说的匹配长尾词。

比如下图：小熊刺绣短袖 小熊刺绣T恤 纯棉T恤都是属于它的属性词。

小熊刺绣、纯棉是它的属性词根。

形容词（描述词）：产品除了用属性词根来定义，当然也可以使用描述词。

比如下图：休闲短袖 宽松短袖 百搭T恤都可以说是它的描述词。

休闲、宽松、百搭这些词根，每个人对它的理解都会有所偏差。

场景词：也就是利用场景词根来限定产品的使用空间。

比如毛巾，可以有家用毛巾、宾馆毛巾、理发店毛巾等等。

家用、宾馆、理发店这些场景词根加在核心关键词前定了产品的使用场景，也锁定了购买人群。

就像一位家庭主妇，应该就不会搜宾馆毛巾、理发店毛巾这类场景词，更多会搜家用、纯棉、擦脸等等。

风格词：比如服装的私服名媛、复古国风、气质通勤、清新可爱、街头潮人、原创设计、港风等等，而且喜欢某一风格的人群，轻易不会更换风格。

品类词：也是属于一种关键词，也就是给每一类的商品制定一个词语来确定这个商品的名字。

这个我们可以在APP分类页面可以很清楚地看到品类的分布。

上面一共给大家介绍了8种关键词分类，我们可以根据自己产品特点来进行选择，比如服装类目可以属性词和风格词一起去测试，像一些标品类目，前期我们可以尝试场景词、成交词来匹配人群标签，后期想要扩大流量的时候，再选择品类词和增加热度较高的流量词。

当然如果我们资金充裕，也可以上来直接走品类词。

其次，如果我们产品属性词比较多，那是比较适合搜索渠道的，但是如果形容词和描述词比较多，那这类产品就不要太过执着于人找货的搜索渠道，场景货找人的形式会更加适合。

当然像女装这类属性词和形容词都比较多的类目，搜索和场景都会很适合，只不过看我们在各个渠道拉新成本来分配推广资金比例罢了。

好了，以上就是给大家分享关于词的知识，也希望大家可以运用到自己店铺中。

如果觉得上面的内容，对你有所帮助，记得点个赞，收个藏~